

KÜRESELLEŞME VE NEOLİBERAL POLİTİKALAR BAĞLAMINDA HABER ÜRETİM SÜRECİ

Gönül ZAIMOĞLU ¹

ÖZ

Neoliberal politikalar ve küreselleşme sürecinde büyük değişim geçiren medya, mevcut yapısı itibarı ile ekonomik çıkarları doğrultusunda siyasete bağımlı olarak hareket etmektedir. Güç ve iktidara eklenmiş olması medyayı toplumsal sorumluluk görevinden uzaklaştırmıştır. Medya, küreselleşme sonucunda belli grupların kontrolüne geçmiş ve bu gruplar kendi yayın politikasını oluşturmuştur. Bu çalışmada neoliberal politikalar ve küreselleşmenin medyayı nasıl şekillendirdiği, medyanın yapısının haber üretim sürecini nasıl etkilediği, haberde farklılıkların ne şekilde oluştuğu incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Neoliberalizm, Küreselleşme, Medya Endüstrisi, Haber

¹ Öğr. Gör. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

NEWS PRODUCTION PROCESS IN THE CONTEXT OF NEOLIBERAL POLICIES AND GLOBALIZATION

ABSTRACT

Media, which undergoes great changes in the process of neoliberal policies and globalization, depends upon politics due to economic interests. Media deviated from its social responsibility because of its integration into articulated power. Media is being ruled by certain groups as a result of globalization and these groups have formed their own publishing policy. This study analyzes how the neoliberal policies and globalization shapes media, how the structure of media affects the news production process, and how differences are formed in the news.

Keywords: Neoliberalism, Globalization, Media İndustry, News

Zaimoğlu, Gönül. “Küreselleşme Ve Neoliberal Politikalar Bağlamında Haber Üretim Süreci”. *ulakbilge* 5. 18 (2018):2051-2065

Zaimoğlu, G. (2017). Küreselleşme Ve Neoliberal Politikalar Bağlamında Haber Üretim Süreci. *ulakbilge*, 5 (18), s.2051-2065.

Giriş

XX. yüzyıl dünyada ekonomik anlamda her alanda hızlı ve büyük çapta değişimlerin olduğu bir çağdır. Neoliberalizm II. Dünya savaşı sonrası var olan görüş birliğine karşı çıkış olarak tanımlanır. Devletin piyasalardan çekilmesi ve serbest piyasa ekonomisine geçerek ekonominin liberalleşmesini ve ekonomik faaliyetlerin küreselleşmesini savunur (Briatte, 2009: 2).

70'li yıllar öncesindeki teknoloji ve sanayideki ilerlemeler sermayenin faaliyet alanlarının genişlemesi ihtiyacını doğurmuştur. Bunun sonucunda ekonomide devlet kontrolünün azalmasını özel sektörün gelişmesi bakımından gerekli olduğunu savunmuşlardır. Ekonomide devlet kontrolünü reddeden liberal anlayış, kapitalizmin altın çağı olarak adlandırılan XX. yüzyılın ikinci yarısında bu talebini elde etmiş ve ekonomide özel teşebbüslerin faaliyet alanları genişlemiştir. Neoliberalizm ise liberal ekonomi anlayışının bir sonraki evresi olarak ortaya çıkmıştır.

Neoliberalizm, kamusal alanı radikal olarak dönüştürerek ekonomide kamu yararı ve kamu hizmeti anlayışını değiştirmiştir. Buna bağlı olarak medya sektöründe 80'li yıllarda önemli dönüşümler olmuş ve medya kamunun kontrolünden çıkıp özelleşme yolunda hızla ilerlemiştir. Kapitalist büyük sermaye kuruluşları şirketlerinin maliyetlerini düşürmek ve maksimum kar anlayışına ulaşmak için her alanda hakimiyet kurmak istemişlerdir. Medyanın gücü ve önemi bu dönemde iyiden iyiye belirginleşmiş, bunun sonucunda dağınık olan medya kuruluşları yavaş yavaş birleşme yoluna giderek büyük ölçekli medya şirketlerinin oluşmasına yol açmıştır. Yatay, dikey ve çapraz bütünleşmelerle medya kuruluşları holdingleşmiş veya büyük holdinglerin bir parçası haline almıştır. Günümüzde medyaya hakim olan holdingler inşaat, lojistik, ticaret, sanayi gibi birçok alanda büyük çapta faaliyetler göstermektedir. Büyük medya kuruluşları, medya dışı faaliyetlerinden dolayı hükümetlerle sürekli ilişki halinde olmak durumundadır. Bu karşılıklı güç/iktidar ilişkileri medya metinlerine yansımaktadır. Bu yansıma sadece haber metinlerinde değil medya da var olan her alanda görülebilmektedir.

Bu çalışmada neoliberal politikalarla birlikte medyanın dönüşümünü ve medyanın var olan yapısının gerçeğe en yakın ve en etkili medya çıktısı olan haber diline ne şekilde yansıdığı irdelenecektir.

1.Neoliberal Politikalar Ve Medyanın Değişen Yapısı

Neoliberalizm kapitalist ekonominin yerleştiği XX. yüzyılda ekonomide sermayenin hareket alanının genişletilmesi ve ekonomiye devletin müdahalesinin

büyük çapta ortadan kaldırılmasını savunan bir sistemdir. XX. Yüzyılın ortalarında ekonomide yaşanan sıkıntılı dönem sermaye kuruluşlarını yeni arayışlara yöneltmiştir. Sermaye kuruluşlarının genişleme ve büyüme istekleri, bu kuruluşların kamusal alanın kontrolünde olan alanlara yayılmasına neden olmuştur. Aslında neoliberal anlayış ekonomide devletin varlığını tamamen ortadan kaldırmayı değil ona yeni bir işlev yüklemeyi tercih eder diyebiliriz. Değişen ve değişmesi istenen devletin müdahale biçimidir (Adaklı, 2006: 39).

Türkiye’de 1980’li yıllarda yaşadığı ekonomik buhranın sonucunda enflasyon oranları %100’lere kadar yaklaşmış ve bu darboğazı aşmak için 24 Ocak 1980 tarihinden itibaren serbest piyasa ekonomisi (liberal ekonomi) uygulamalarına gidilmiştir. Bu yıllardan itibaren farklı medya ortamlarının farklı sanayi kollarıyla bütünleşmesi sürecinde ortaya çıkan mülkiyet ve kontrol ilişkileri, neoliberal ekonomi politikaları bağlamında Türkiye’nin girdiği yeni sermaye birikimi sürecinden bağımsız değildir. Türkiye’de medya sektöründeki yoğunlaşma, 1990’lı yıllardan itibaren büyük bir ivme kazanmış, gazeteci ailelerin kontrolündeki geleneksel medya sahipliği, yerini medya dışı sektörlerde faaliyet gösteren sermaye gruplarının egemen olduğu yeni medya sahipliğine bırakmıştır (Şen, Avşar, 2012: 52).

Yazılı basında özel mülkiyet anlayışı bu dönemde de vardı (genellikle belli başlı aileler) fakat serbest piyasa ekonomisi sonrasına nazaran daha küçük çaptaydı. Bu döneme kadar televizyon ve radyo yayıncılığı devlet tarafından yürütülüyordu. Neoliberal politikalar çerçevesinde yaşanan değişimler özel TV ve Radyoların kurulmasının önünü açtı.

Mcchesney’e göre (2004:51) “neoliberal ideolojinin temellerini sadece birkaç sektör medya ve iletişim sektörleri kadar hızlı benimsedi. Neoliberalizm küçük devleti, serbest pazarı, rekabet ve girişimcinin risk taşımasını göklere çıkarırken asıl amacı devletin önemli sözleşmeleri, lisansları ve teşvikleri yoğunlaşmış büyük endüstrilerine dağıtması olarak tanımlanabilir. Neoliberalizm, basit bir tabirle devletin kamu çıkarlarını, sermayenin çıkarları karşısında temsil etmesi fikrini anlamsız kılar”.

Şirket evlilikleri ve çapraz mülkiyet ile karakterize olan yeni medya sahipliği, tüm dünyada farklı bir iletişim ortamına işaret etmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ile beslenen medya endüstrisi, yeni bir ekonomik, siyasî ve kültürel ortamın temel unsuru haline gelmektedir. Türkiye’de medya sektöründe faaliyet gösteren büyük sermaye gruplarının medyanın neredeyse tüm alanlarında ticarî faaliyet göstermesinin yanı sıra bankacılık ve finans, pazarlama, otomotiv, turizm, sağlık, enerji, telekomünikasyon, sigorta, inşaat gibi birçok sektörde girişimleri bulunmaktadır. Bu görüntü, medya içerikleri üzerinde oldukça belirleyici olmaktadır (Şen, Avşar, 2012: 52).

Medya sektörünün neoliberal politikalarla büyük bir değişim geçirerek holdinglerin bir parçası halini alması sadece ekonominin geçirdiği değişimin değil

aynı zamanda teknolojinin de hızla gelişmesinin bir sonucudur. Kablolu yayın, uydu teknolojileri, televizyonun gelişimi gibi birçok faktör medya sektörünün kamusal alanın dışına çıkmasında itici bir güç olmuştur. Teknolojinin gelişimine paralel sürekli olarak gelişmesi ve çeşitlenmesi medyayı cazip bir yatırım alanına çevirmiştir. Bugün büyük çaplı holdingler, medya sektöründe söz sahibi olmak için bu alan yatırım yapmakta ve bunun sonucunda medyanın gücünü kendi çıkarları doğrultusunda kullanma eğilimi göstermektedirler. Holdinglerin yapısı itibarı ile birçok sektörde faaliyet gösteren yapıları, medyayı kendi reklamlarını yapmak, kamu ihalelerinden pay almak amacıyla siyasi ilişkiler kurmak gibi çeşitli amaçlar için kullanılan bir yapıya dönüştürmüştür(Öztekin, 2008: 133).

2.Medyanın Ekonomi Politikği

İnsanlığın gelişim ve değişim süreçlerinde toplum içindeki ekonomik ilişkiler üzerinde yoğunlaşan ekonomi politik, esas itibarıyla maddi malların üretimi ve dağılımını, üretim araçlarının mülkiyet şekillerini, üretim içinde bulunan farklı toplumsal sınıfların durumunu ve bu sınıflar arasındaki ilişkileri inceler. Bu anlamda, ekonomik politik yaklaşım, kitle iletişim araçlarının mülkiyet ve sahiplik yapısını sorgular ve kitle iletişim araçlarının liberal geleneğin çoğulculuk yaklaşımlarının öngördüğü şekliyle kaynak-mesaj-alıcı üçlüsü boyunca kimi ne kadar ve ne oranda etkilediğinden çok, bu araçların kimlerin egemenliğinde hangi değer yargısıyla toplumu şekillendirdiği araştırır. Bu kapsamda medyanın ticarileşmesi, uluslararası hale gelmesi, tekelleşmesi ve medyada reklâmın rolü gibi olgular sorgulanır (Demirbilek, 2011: 18).

Öksüz' göre (2007: 72) Basının giderek holdingleşmesi ve siyaset kurumuyla karmaşık ilişkiler içerisine girmesi üzerine 1970'li yıllarda ortaya çıkan ekonomi politik yaklaşım, basın işletmelerinin mülkiyet yapılarını incelemekte ve bu yapılanmanın basın siyaset ilişkisine olası etkilerini araştırmaktadır. Ekonomi politikçiler, basında yaşanan tekelleşme olgusu sonucunda, bilgi akışının ekonomik ve siyasal iktidarların çıkarlarına hizmet eder hale geldiğini savunmaktadırlar. Bu yaklaşıma göre, basında yaşanan tekelleşme sonucunda kamu yararından ziyade kârlılık ilkesine göre hareket edilmekte ve bu doğrultuda kârı maksimize edebilmek ve siyasal erk üzerinde daha fazla baskı kurabilmek hedeflenmektedir.

Neoliberal ekonomi anlayışının sonucu olarak ortaya çıkan deregülasyon sürecinde belli başlı ailelerin kontrolünde olan medya, büyük sermaye kuruluşlarının kontrolüne geçmiş ve bunun sonucunda medyanın siyasetle etkileşimi artmıştır. Karşılıklı çıkar ilişkilerine dayalı bu etkileşimin sonucunda her iki tarafta birbirini baskı altında tutmaya çalışmaktadır. Dev holdinglerin bir parçası haline gelen medya kuruluşları kamuoyu oluşturma gücünü kullanarak hükümetleri kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirmeyi amaçlar. Hükümetlerse kamu ihaleleri ve sansür yapabilme yetkisini kullanarak basını kontrol etmeyi amaçlar. Medya kuruluşlarının

hemen hepsinde bir yayın politikası vardır ve bu politikanın belirleyicisi, ilgili medya kuruluşunun siyasetle olan ilişkisi neticesinde şekillenmektedir. Bu karşılıklı ilişkiler haber üretim sürecinde haber dilinin farklı basın kuruluşlarında farklılaşmasına neden olur. Aynı haberin farklı yayın organlarında farklı şekilde ele alınmasının temel nedeni yayın organının sahiplik yapısının habere konu olan kişi veya kurumlar olan yakınlığı ile ilişkilidir.

3.Küreselleşme ve Medya

Küreselleşme, sermayenin dünya üzerindeki dolaşımının tek tek ülkeler düzeyinde değil, küresel düzeyde gerçekleşmesidir. Hiçbir ülke kendi kendine yeteri değildir, hepsi ürünlerini diğer ülkelerle değişime ve dolaşıma sokma ihtiyacı duyar (Tan ve Balkaş, 2008: 69). “*Küreselleşmeyi yeni bir olgu değil, emperyalizmin isim değiştirmiş bir hali*” olarak tanımlayan Boratav (1997: 22), bu terim değişikliğinin ideolojik bir amacı olduğunu ve emperyalizme saygınlık kazandırma amacı güttüğünü söylemektedir. “*Emperyalizm, bir milletin sömürü temeline dayanarak başka bir milleti siyasi ve ekonomik egemenliği altına alıp yayılması veya yayılma istemesi olarak tanımlanır*”.

Sapancalı'ya (2001:119) göre Küreselleşme, yeni teknolojilerin sağladığı imkanlar sayesinde toplumların ve bireylerin daha yoğun bir etkileşim içine girmesi sonucu, uluslararası ekonomik, sosyal ve siyasal ilişkilerin yaygınlaşması buna bağlı olarak iletişim, ulaşım, bilgi akışı ve tüketim alışkanlıkları bakımından dünyanın birbirine yakınlaşması, ideolojik ayrımlara dayalı kutuplaşmaların çözülmesi, maddi ve manevi değerlerin ve bu değerler çerçevesinde oluşmuş birikimlerin ulusal sınırları aşarak dünya çapında yayılması gibi farklı görünen fakat birbiriyle bağlantılı olayları içeren bir süreç olarak tanımlanabilir.

Bauman, küreselleşmeyi esas olarak bütün insanların birbirine bağımlı olduğu veya bağımlı hale getirdiğini söyler. Dünyanın herhangi bir yerinde yaşayan bir insanın yaptığı bir eylemin hiç gitmediği bir yerde hiç görmediği bir insanı etkileyebileceğini ve küreselleşmenin insanları birbirine bağımlı hale getiren bir sistem olduğunu ve bundan çok öteye geçemediğini iddia eder(2010, :64-65). Bauman'ın iddiası günümüz koşullarında sosyal medya ile birlikte geçerliliğini sürdürmekte hatta onu güçlendirmektedir. Sosyal medya platformlarına tüm dünya insanların rahatlıkla dâhil olabilmesi olması bunun en geçerli sebebidir. McLuhan'ın dünyayı küresel bir köye benzettiği, günümüzde gelişen internet ve sosyal medya ile daha büyük bir anlam kazanmıştır. Bugün internetin gelişmesiyle birlikte dünyanın bir ucunda olan olayı ülkemizde hatta yanı başımızda olmuşçasına yakından takip edebiliyoruz. Dünya, gelişen teknolojiler ve iletişim sayesinde birbirine giderek yaklaşmakta ve McLuhan'ın söylediği gibi dünya küresel bir köy haline gelmektedir.

Özellikle dünyada süper güç olarak bilinen ülkeler gelişmiş endüstriyel yapılarıyla kendi pazarının dışına açılma ihtiyacı duymaktadır. Bu durum diğer ülkeleri bir pazar olarak görmelerine neden olmaktadır. Küresel boyutta olan şirketler dünya genelinde o kadar geniş bir alan yayılmışlardır ki üretim, dağıtım ve pazarlama ağları neredeyse dünyanın bütün bölgelerine dağılmış durumdadır. Dünya üzerinde sayıca çok olmayan belli başlı grupların elinde olan büyük çaplı küresel işletmeler varlıklarını sürdürmek için medyayı etkin bir biçimde kullanırlar. Bu küresel şirketler nasıl ürettiği metalleri dünyaya pazarlamayı hedefliyorsa aynı şekilde medya çıktılarını da dünyaya yaymayı ve bu yolla da dünyayı etkisi altında tutmayı amaçlar. Neoliberalizm ve deregülasyon süreci, dünya çapında yayılma gösteren bu şirketlere bu anlamda kolaylıklar sağlamıştır.

Medyanın devlet kontrolünden çıkıp sermayenin alanına sunulmasıyla birlikte sayıca çoğalan basın yayın kuruluşları belli başlı medya devlerinin yoğunlaşma hareketleri ile nicel anlamda oldukça fazla olmalarına bu grupların çatısı altında toplandığından dar bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Basın yayın kuruluşlarına baktığımızda hem TV, hem Radyo hem de basın alanında çok çeşitli bir yapı gözlenir fakat ana akım denilen ve piyasaya hakim olanlara baktığımız da ise sadece birkaç büyük yayın grubunun kontrolünde olduğu görülmektedir. Kaya (2009:152), sayıları çok fazla olmasa da bu kuruluşların tam ve kesin bir listesini verebilmenin çok zor olduğunu söylerken birleşmeler, devir almalar, isim değişiklikleri böyle bir listenin oluşturulmasına engel olduğunu belirtir. Ayrıca bu şirketler incelemeye alındığında homojen bir yapıya sahip olmadıkları söylenebilir. Özellikle yabancı basınla olan ortaklık anlaşmalarının hangi şart ve koşullarda yapıldığı dolaylı ifadelerle belirtilmektedir.

3.1. Türkiye’de Medyanın Dönüşümü

80’li yıllarda ekonomide yaşanan gelişmeler büyük ölçekli sermaye sahiplerini yeni arayışlara yöneltmiş bunun sonucunda kamu idaresinde olan kurum ve kuruluşlar ya özelleştirme vasıtasıyla sermayenin kontrolüne bırakılmıştır. Bunun yanı sıra üretim ve dağıtım devlet tekelinde bulunan sektörler yeniden düzenlenerek sermayenin bu alanlara girmesine izin verilmiştir.

24 Ocak 1980’de açıklanan ve literatüre 24 Ocak Kararları olarak geçen paket Türkiye ekonomisinde liberal politikaların benimsenmesi yolunda bir kırılma noktası olarak bilinir. Bu kararlar neticesinde Türkiye’de ekonomik alanda devletçilik anlayışı bir anlamda terk edilmiş, liberal anlayışın yerleşmesine olanak sağlamıştır. Dönemin ekonomiden sorumlu Başbakan yardımcısı olan Turgut Özal’ın Türkiye’de liberal ekonominin benimsenmesindeki rolü yadsınamaz, hatta Özal Türkiye’de ekonominin liberalleşmesinin mimarı olarak anılır. Liberalleşme 12

Eylül sonrası her ne kadar kesintiye uğramış olsa da takip eden yıllarda Özal'ın Başbakan olmasıyla birlikte uygulamada da varlığını göstermiştir.

Bu yıllarda Türkiye’de medya sektörü özellikle televizyon yayıncılığı tamamen devlet kontrolünde yapılmaktaydı. 80’li yılların sonlarına gelindiğinde ekonomide yaşanan değişim ve dünyada deregülasyon olarak adlandırılan süreçte medya sektörü sermayenin kontrolüne geçmeye başlamış ve Türkiye’de de bu dalga yayılarak özel kanalların yaygınlaşmasına yol açmıştır. 1990’lı yıllara gelindiğinde tüm dünyada iletişim sektörü köklü bir değişim geçirmiştir. Radyo ve televizyon yayıncılığında devlet tekeline son verilmiştir. Medyada devlet tekelinin kaldırılması tek bir biçimde olmadığı gibi tek bir adımda da olmamıştır. Kimi yerlerde devlet tekeli kaldırılmış daha sonra özel kuruluşlara izin verilmiş kimi yerler de ise kamu kuruluşlarına özel kuruluşlar eklenmiştir. Var olan kamu kuruluşlarını özelleştirilmesi de başvurulmuş farklı bir yöntemdir. Bu oluşumları açıklamak üzere ‘deregulation’ deregülasyon terimi kullanılmıştır (Kaya, 2009:119).

“Deregülasyon” egemen ideolojiye göre yasal düzenlemeye son verme anlamında kullanılmakla birlikte, yasal düzenlemesizlik anlamına gelmemektedir. Deregülasyon kavramı ile anlatılmak istenen medya pazarının işleyişinde ve bu pazara girişlerde devletin yasalarla kısıtlamasına son verilmesidir. Aslında bu uygulamalarla pazarın hiçbir yasal düzenlemeye tabi olmadan ve eski koruyucu önlemleri kaldırarak faaliyet gösterilmesi hedeflenmekle birlikte getirilen yeni uygulamaların da bir regülasyon olduğu ifade edilmektedir” (Dirik, 2007: 75) Deregülasyon süreciyle medya sektörü özel girişimlere açılmış ve bunun sonucunda birçok özel TV ve Radyo kuruluşlarının yanı sıra yazılı basında da büyük bir gelişme ve çeşitlenme yaşanmıştır. Medya sektörüne giren şirketler bu alanda yoğunlaşmaya (bütünleşme) gitmişler ve medyanın hemen her sektöründe söz sahibi olmayı amaçlamışlardır. Söz konusu yoğunlaşma yatay, dikey, çapraz ve son dönemlerde ultra çapraz birleşmeler olarak adlandırılmaktadır.

Yatay bütünleşme: Aynı sektörde faaliyet gösteren şirketlerin bir araya gelmesi olarak açıklanır. Bu şirketlerin tek çatı altında TV, radyo, gazete, dergi vb. çeşitli alanlarda faaliyet göstermesi şeklindedir.

Dikey Bütünleşme: Hammadde kaynağının ya da temel üretim girdilerinin temininden, nihai malın tüketiciye ulaştırılmasına kadar süren üretim zincirinin bütün halkalarını kontrol etmeye yönelik bütünleşme biçimidir. Diğer bir tabirle yazılı basından örnek verecek olursak baskıdan dağıtıma kadar tüm kontrolün şirketin kendisi tarafından sağlanmasıdır.

Çapraz Bütünleşme: Çapraz yoğunlaşma diğer yoğunlaşma türlerine nazaran daha yakın bir zamanda ortaya çıkmıştır. Çapraz bütünleşme ya da çapraz sahiplik terimiyle de ifade edilen bu yoğunlaşma türünde, belirli bir araç üzerindeki kontrollerini birleşme ya da satın alma yoluyla güçlendiren büyük şirketler, farklı sektörlere de el atarak kontrol alanlarını genişletirler. Örneğin, basın piyasasında faaliyet gösteren bir medya şirketi görsel-işitsel medya sektörüne de girebilir (Özokçu, 2011:18).

Ultra Çapraz bütünleşme: Türkiye’de örneğine sık rastlanan ve medya dışı yatırım ve faaliyetleri ifade etmek için kullanılan bir terimdir. Genel bir eğilim olarak Türkiye’de medya şirketleri, medya dışı yatırımların bir garantörü gibi çalışmaktadır. Kamu ihale, tahsis ve teşvikleri, özelleştirmeler, bu tip genişlemenin en önemli kaynaklarıdır(Adaklı, 2014).

Medya sektöründe ultra çapraz bütünleşme son yıllarda hızlanan özelleştirmeler ve kamu ihalelerinin artışıyla birlikte daha da önem kazanmıştır. Bu bütünleşme türüne en bariz örnekler olarak Doğan Medya, Doğuş Medya, Ciner Grubu sayılabilir. Bu medya kuruluşları arasında Doğan Medya en eski medya kuruluşudur ve medya ile beraber büyümüştür. Bu yönüyle Doğan medya diğer büyük ölçekli medya kuruluşlarından ayrılır. Diğer medya grupları, neoliberal politikalar sonrasında etki gücü giderek yükselen medyaya hâlihazırdaki büyük yapılarına ulaştıktan sonra giriş yapmışlardır. Bu gruplar incelendiğinde çok çeşitli alanlarda faaliyet gösterdiklerini görürüz.

4.Haber Üretim Süreci ve Sürece Etki Eden Faktörler

“Haber en yaygın ifadeyle gerçek dünyada bir yerlerde meydana gelen olaylar, kişiler ya da şeyler hakkındaki en son, en yeni ve ilgi çekici enformasyondur” (Dursun, 2005:69). Postman ve Powers haberin bir meta olduğunu düşünerek, “mal”ın üç ana karakterini de taşıdığını belirtmişlerdir.

- 1- Haber endüstriyel kapitalist ortamda gelişmiştir, üretim ilişkilerinin ve bu ilişki düzeninin bir ürünü ve anlatımıdır.
- 2- Alınıp satıldığı ya da belli çıkarlara hizmet yönünde kullanıldığı için, kullanma (yarar) değerine sahiptir.
- 3- İnsan emeğinin bir ürünüdür, kapitalist pazar sisteminde başkalarının kullanması için el değiştirir (Altun, 2007:4).”

Ticarileşme ve tekelleşme süreci, haber üretim sürecini de etkilemiştir. Haber, yayın kurumunun ticari ve siyasi çıkarları doğrultusunda belirlenen yayın

politikalarına uygun olarak üretilen sıradan bir meta haline gelmiştir. Haberler, yayın kurumunun ekonomi politığı çerçevesinde belli bir seçime tabi tutulmaktayken şirket çıkarlarına paralel haberler yayınlanmaya değer görülmektedir. Bu seçme işlemi günümüzde gazeteciliğin olağan bir pratiğı haline gelmiştir (Öztekin, 2008:131).

Aynı haberin farklı basın-yayın kuruluşlarında farklı olarak lanse edilmesi haber kaynağının veya gerçeğın farklı olmasından değil editöryel süreçte geçirdiğı değışimin bir sonucudur. Her yayın kuruluşunun ideolojik çizgisi kaçınılmaz olarak muhabiri o çizgide haber üretmeye yönlendirir ve gazeteci haberini bu doğrultuda oluşturur, fakat her ne kadar gazeteci bu yönde haber yapsa da nihai seçim editörler tarafından yapılır. Haber üretim sürecinde herhangi bir haberin olduğundan farklı yayınlanması, öneminin azaltılarak veya abartılarak yayınlanması, hiç yayınlanmaması gibi faktörler eşik bekçileri (gatekeeper) tarafından uygulanmaktadır.

4.1.Haber Üretim Sürecinde Eşik Bekçileri

Her medya kuruluşuna gün içerisinde yüzlerce haber düşer. Bu haberler önem sırasına göre yayınlanır veya hiç yayınlanmaz. Bu noktada haberin seçiminde söz konusu medyanın yayın politikasına paralel olarak seçilmesi işlemine eşik bekçiliğı denir (Rigel, 1995: 34).

Haber üreticilerinin gündemi belirlemede önemli rolleri olduğu vardır. Habercilerin gündem belirleme gücünü kullanırken sözde olaylar ürettikleri de söylenebilir. Gazeteciler de çalıştıkları medya kuruluşlarının yapısına göre hareket etme durumundadırlar. Bu durum en iyi gazeteciyi bile eşik bekçisine dönüştürebilmektedir. Gazetecilik mesleğı için kötü bir durumdur çünkü halkın haber alma özgürlüğü gazeteciler tarafından sağlanmaktadır ancak onlar hakim ve özel gruplar için rıza üretmektedirler (Tom Van Hout and Geert Jacobs, 2008: 62). Eşik bekçisi denildiğinde ilk olarak aklın editörler gelse de herhangi bir basın kuruluşunda çalışan gazeteci zamanla çalıştığı kurumun çizgisine yaklaşmaktadır. Bu doğrultuda zamanla gazetecinin kendi kendinin eşik bekçisi olduğu varsayılabilir.

Haber üretim sürecinde etki eden en büyük faktörlerden biri eşik bekçileridir. Bu yayın kuruluşunun prensipleri ve yayın anlayışı çerçevesinde oluşturulan haber dili ve sunumunda gözlemlenebilen bir durumdur. Gazeteciliğın tarafsız ve özgür olması gereğı ile bağdaşmayan bu tutum günümüzde hemen her yayın kuruluşunda hissedilen bir durumdur.

5. Türk Basınının Günümüzdeki Durumu

1980 sonrası yaşanan gelişmelerle sermayenin basın alanına girmesi sonucunda habercilik anlayışında da değişimler yaşanmıştır. Haberin haber olmaktan çıkıp metalaştığı bu dönem günümüz habercilik anlayışında da hâkimiyetini sürdürmektedir. Gelişen teknolojiyle birlikte habere ulaşmak kolaylaşmış ve bilgi çağı denilen çağımızda insanlar bilgi bombardımanına tutulmuştur. Postman, bu yeni dönemi insanların bilgi bombardımanı altında parçalara ayrılarak tepkisizleştirildiği, hafızalarının kaybolduğu, algılama ve muhakeme yeteneklerinin azaldığı bir dönem olarak tanımlar (1994; Kapak sayfası).

Özellikle son yıllarda internetin yaygınlaşması ve sosyal medyanın hızlı yükselişi ile haber konusu olabilecek herhangi bir olay kolaylıkla yayılabilmektedir. Ne var ki hiçbir editöryal süzgeçten geçmemesi ve kaynak kullanımına özen gösterilmemesi haberin güvenilirliğine zarar vermekte ayrıca gazetecilik mesleğini de basite indirgemektedir. Haber etiği kavramının önemi ve gerekliliği her geçen gün daha belirginleşmektedir. Diğer taraftan sermaye, hükümetler ve diğer etkili kurumlar basının üzerinde oluşturduğu baskı, basının kamuoyunu doğru yönlendirmede başarısız olmasına yol açmaktadır. Basının yasama, yürütme ve yargının ardından dördüncü kuvvet olarak konumlandırılması sözü edilen bu kurumları sorgulayabilme özelliğinden gelir. Ne var ki sermayenin basın alanına girmesiyle birlikte tecimselleşmesi basının güvenilirliğine gölge düşürmüştür. Ekonomi politik kuramının basın-siyaset ilişkilerinin yayın politikalarını oluşturduğu savı, günümüz habercilik anlayışında oldukça belirginleşmiş bir durum olarak karşımızda çıkmaktadır.

Basının hem ekonomi politik boyutu hem gelişen teknolojilerle birlikte çeşitlilik kazanması haberlerin de çeşitlenmesine neden olmuştur. Haber dilinin yayın kuruluşlarının siyasi ilişkileri çerçevesinde farklılıklar göstermesi basın kuruluşlarına olan güveni giderek azaltmaktadır. Günümüzde yapılan araştırmalar, basının en güvenilmeyen kurumlar arasında ilk sıralarda olduğunu göstermektedir. Basının sosyal sorumluluk anlayışından uzaklaşarak ekonomik çıkarlar doğrultusundaki yayın anlayışından bir an önce vazgeçmesi ve ilk üç kuvveti sorgulayabilme özelliğinden dolayı dördüncü kuvvet olarak güvenilirlik kazanması gerekmektedir.

SONUÇ

XX. yüzyılda başlayan ve özellikle II. Dünya Savaşı sonrası ekonomide yaşanan köklü değişimler kapitalist ekonomi temelli sermaye kuruluşlarını yeni arayışlara yöneltmiştir. Bu dönemde mevcut yapılarını genişletmek için devletin

kontrolünde olana alanlara yayılmayı hedeflemişler bunun sonucunda da liberal ekonomik anlayış ekonomide hakimiyet kurmaya başlamıştır. 90'lı yılların başlarında hız kazanan neoliberal anlayışın temel unsurları ise; serbest piyasa ekonomisi, sermayenin hareket alanının genişlemesi, özelleştirme ve esnek üretim anlayışıdır. Bu noktada sermaye devletin etkisinin küçültülmesini savunurken onun varlığına reddetmez, onun hakem ve denetleyici bir düzeyde faaliyet göstermesi gerektiğini ekonomik faaliyetlerin sermayenin kontrol alanında olması gerektiğini savunur. Neoliberal dönem öncesi büyük ölçüde devletin kontrolünde bulunan medya, bu dönemde kademeli olarak sermayeye açılmıştır.

Gelişen teknoloji ve neoliberal politikaların sunduğu imkanlar medyanın bu dönemde hızla büyümesine yol açarken aynı zamanda medyanın belirleyiciliği gücünü de iyiden iyiye hissettirmeye başlamıştır. Medya sektöründe faaliyet gösteren sermaye grupları yatay, dikey, çapraz bütünleşmelerle yeni bir sahiplik yapısı oluşturmuştur. Medyanın değişen yapısı ve siyaset üzerindeki etkisi büyük sermaye gruplarının dikkatini çekmiş ve bu alana doğru bir yönelme söz konusu olmuştur. Buna örnek olarak son yıllarda büyüme gösteren ve birçok alanda yatırımlar yapan Doğu Holding'in, sermaye alanını genişlettikten sonra medya sektöründe de yatırımlar yapmaya başlaması gösterilebilir. Doğan Holding ise Doğu Holding gibi birçok alanda faaliyetler göstermesine rağmen onun aksine medya sektöründeki yatırımları ile birlikte büyüme göstermiştir. Doğan Holding ve Doğan medya grubu bu anlamda neredeyse Türkiye'deki tek örnektir. Bu holdinglerin medya dışındaki kuruluşlarının kamu ihalelerine girmesi, ticari faaliyetleri, yasal sorumlulukları vs. medya kuruluşlarının devlet dolayısıyla hükümet karşısında bir pozisyon almalarını zorunlu hale getirmektedir. Bu noktada medyayı sadece hükümete baskı aracı olarak değil aynı zamanda destekçisi olarak kullanıp kendi istek ve taleplerini gerçekleştirmek için bir araç olarak kullandıklarını da özellikle vurgulamak gerekir.

Medya kuruluşlarının hemen hepsi bağımsız ve tarafsız bir haber anlayışlarının olduğunu vurgulamalarına rağmen bunun öyle olmadığını aksine hepsinin bir yayın anlayışı olduğunu ve haber üretim sürecinde de bu anlayışın hakim olduğu görülmektedir. Bunun en bariz örneği aynı haberi farklı yayın kuruluşlarında farklı olarak lanse edilmesinde görebiliriz. Bu şekilde işleyen bir sistem içerisinde gazetecinin bireysel olarak tarafsız olması neredeyse imkânsızdır. Gazeteci çalıştığı kurumdan farklı bir çizgide olması durumunda kamuya ait olan yayın kuruluşunda ikincil veya atıl pozisyonlara getirilmeyle, özel sektörde ise işten çıkarılma tehdidiyle karşı karşıya kalmaktadır. Bu koşullar altında editöryal bağımsızlık neredeyse olanaksızdır.

Haber üretim sürecinde haberin yayın kuruluşlarına göre farklılık göstermesi haberi yapan gazeteci kadar haberi düzenleyen kişilerin elindedir. Editöryal süreç denilen bu süreçte haberi düzenleyen kişiler eşik bekçileri olarak adlandırılır. Eşik bekçisi haberi yayın kuruluşunun politikaları doğrultusunda düzenler ve haber bu doğrultuda yayınlanır. Eşik bekçisi haberi sadece düzenleyen değil aynı zamanda önem sırasına göre yerini veya sırasını veya yayınlanıp yayınlanmayacağını belirleyen kişidir.

Medyanın toplumun aydınlatılması ve haberin en doğru şekliyle aktarılması görevini yerine getirebilmesi için öncelikle önünde duran bu engellerin kaldırılması ve editöryal bağımsızlığının sağlanması gerekir. Bunun sağlanması için öncelikle medyanın mevcut yapısının incelenmesi gerekmektedir. Medyanın mevcut yapısı ekonomik ilişkilere göre belirlendiğinden bu kriterler değişmedikçe medyanın var olan yapısının değişmeyeceği söylenebilir. Devletin bu noktada gerekli yasal düzenlemelerle demokratik ve bağımsız bir medya yapısının oluşturulmasında gerekli yasal düzenlemeleri yapması gerekmektedir. Hükümetlerin de medyayı ideolojisini yaymakta etkin bir araç olarak kullandığını düşünürsek bunun gerçekleşmesi de oldukça zor olduğu sonucu çıkarılabilir. Bu noktada gazetecilerin örgütlenmesi, hükümetlerin ve çalıştıkları kurumların politikalarından bağımsız olarak bir habercilik anlayışı belirlemeleri editöryal bağımsızlık yolunda en umut vaat edici çıkış noktası olduğu söylenebilir. Halkın doğru ve tarafsız haber alma özgürlüğünün önünde duran engellerin kaldırılması demokratik bir ülke olma yolunda atılacak en önemli adımlardan biridir.

KAYNAKLAR

Adaklı, Gülseren. Türkiye’de Medya Endüstrisi Neoliberalizm Çağında Mülkiyet Ve Kontrol İlişkileri, Ankara: Ütopya Yayınevi, 2006.

Adaklı, Gülseren “Türkiye’de Sermaye Ve Sermayedarlar Medya Sermayesi Ve Ultra-Çapraz Bütünleşmeler” Heinrich Böll Stiftung Derneği Türkiye Temsilciliği, <http://www.tr.boell.org/web/111-1916.html>, 22.06. 2015.

Altun, Sibel. “Haber Söylemi, Değişkeleri: Cumhuriyet Mitingleri Ya Da Gelincik Devrimi Örnekleme” Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, T.C. İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2007.

Bauman, Zygmunt. “Etiğin Tüketiciler Dünyasında Bir Şansı Var Mı?”, Çev. Funda Çoban , İnci Katırcı, Ankara: De ki Yayınları, 2010.

Boratav, Korkut. “Ekonomi ve Küreselleşme”, Emperyalizmin Yeni Masalı Küreselleşme, Der: Işık Kansu, Ankara: İmge Kitabevi, 1997.

Briatte, François. “Neoliberalism, Globalization, and Inequalities: Consequences for Health and Quality of Life”, Journal of European Social Policy, 2009.

Demirbilek, Hüseyin. Avrupa Birliği’nde Medya Yoğunlaşması Teori ve Uygulama, Uzmanlık Tezi, T.C. Radyo Ve Televizyon Üst Kurulu, Ankara, 2011.

Dirik, Çiğdem. “Küreselleşme Çerçevesinde Küresel Medya-Türk Medyası İlişkisi” Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, İzmir, 2007.

Dursun, Çiler. “Haber Ve Habercilik / Gazetecilik Üzerine Düşünmek”, Gazetecilik ve Habercilik, Der: Sevdâ Alankuş. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2005.

Kaya, Ahmet Raşit. İktidar Yumağı, Ankara: İmge Kitabevi, 2009.

Mcchesney, Robert W., The Problem Of The Media U.S. Communication Politics In The 21st Century, New York: Montly Review Press, 2004.

Özokçu, Emiş Seda. “Görsel-İşitsel Medyada Sahiplik”, Uzmanlık Tezi, Radyo Televizyon Üst Kurulu, Ankara. 2011.

Öksüz, Onur. “Kamuoyu Oluşum Sürecinde Basın-Siyaset Etkileşiminin Etik Açıdan Değerlendirilmesi: ‘Kıbrıs Müzakerelerinin Hürriyet Gazetesinde Sunumu”, Selçuk İletişim Dergisi, Sayı:1, Konya, 2007.

Öztekin, Hülya. “Haber Üretim Sürecinde Medyanın Ekonomi Politigi”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul, 2008.

Postman, Neil. Televizyon Öldüren Eğlence, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1994.

Sapancalı, Faruk. “Yeni Dünya Düzeni Ve Küresel Yoksulluk” Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:2, İzmir, 2001.

Şen, Fulya., Avşar, Zakir. “Türkiye’de Neoliberal Politikaların Haber Medyasına Yansımaları: Anaakım Medyanın Ekonomi Haberleri

Üzerine Bir İnceleme” İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi, Gazi Üniversitesi, Ankara, 2012.

Tan Akbulut N., Balkaş Erdoğan E. E. “Küreselleşme Söylemleri Ve Küresel Reklamlar”, Medya Eleştirileri 2008 Küreselleştirme Makinesi: Medya, Derleyen: Can Bilgili, Nesrin Tan Akbulut, İstanbul: Beta Yayınları, 2008.

Van Hout, Tom. and Jacobs G., (2008) “News Production Theory And Practice: Fieldwork Notes On Power,” Pragmatics, International Pragmatics Association,

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5373e3dbbdc211.94059643. 10. 06. 2015.